

University of Groningen

Essays in Comparative International Entrepreneurship Research

Kleinhempel, Johannes

DOI:
[10.33612/diss.111582628](https://doi.org/10.33612/diss.111582628)

IMPORTANT NOTE: You are advised to consult the publisher's version (publisher's PDF) if you wish to cite from it. Please check the document version below.

Document Version
Publisher's PDF, also known as Version of record

Publication date:
2020

[Link to publication in University of Groningen/UMCG research database](#)

Citation for published version (APA):
Kleinhempel, J. (2020). *Essays in Comparative International Entrepreneurship Research*. [Thesis fully internal (DIV), University of Groningen]. University of Groningen, SOM research school.
<https://doi.org/10.33612/diss.111582628>

Copyright

Other than for strictly personal use, it is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

The publication may also be distributed here under the terms of Article 25fa of the Dutch Copyright Act, indicated by the "Taverne" license. More information can be found on the University of Groningen website: <https://www.rug.nl/library/open-access/self-archiving-pure/taverne-amendment>.

Take-down policy

If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Downloaded from the University of Groningen/UMCG research database (Pure): <http://www.rug.nl/research/portal>. For technical reasons the number of authors shown on this cover page is limited to 10 maximum.

Nederlandse samenvatting

Nederlandse samenvatting

Vergelijkend internationaal onderzoek naar ondernemerschap houdt zich bezig met variaties in ondernemersactiviteit over plaatsen en collectieven van individuen. Er is een overvloed aan bewijs dat substantiële verschillen in ondernemersactiviteit documenteert, die geworteld zijn in economische, formeel institutionele en sociaal-culturele omstandigheden. Omdat verschillen in ondernemersactiviteit relatief structureel zijn, kunnen de sociaal-culturele omstandigheden gezien worden als 'diepe' determinanten van ondernemerschap. Onze kennis van de mechanismen waardoor sociaal-culturele factoren ondernemersactiviteit beïnvloeden, blijft echter gefragmenteerd. De literatuur staat bol van gemengde en tegenstrijdige bevindingen. Daarom worden er in dit proefschrift nieuwe perspectieven geïntroduceerd, die als leidraad dienen voor het vormen van theorieën en het daaropvolgende testen van deze theorieën. Deze perspectieven bevorderen het wetenschappelijk inzicht in de rol van sociaal-culturele omstandigheden in ondernemerschap.

In de eerste studie (Hoofdstuk 2: "The changing role of social capital during the venture creation process: A multi-level study") verbinden we twee normaal gesproken afzonderlijke onderzoeksgebieden met elkaar, namelijk (1) onderzoek naar ondernemersprocessen en (2) gecontextualiseerd vergelijkend onderzoek naar ondernemerschap. Enerzijds hebben empirische studies naar ondernemersprocessen onderzocht hoe de invloed van determinanten van ondernemerschap verandert tijdens het creëren van nieuwe ondernemingen. Deze studies zijn echter meestal verkennend van aard en hebben slechts beperkte aandacht voor de sociale inbedding van ondernemerschap in de regio. Anderzijds houdt vergelijkend onderzoek naar

ondernemerschap zich bezig met de contextuele determinanten van ondernemerschap, maar heeft het hier tot op heden nog geen expliciet procesperspectief in meegenomen. We verbinden deze twee stromingen tegen een overkoepelende achtergrond van sociaal kapitaaltheorie, toegepast op maatschappij-niveau (Putnam, 1993, 2000). Op basis van deze theorie wordt de link tussen ondernemersprocessen en gecontextualiseerd vergelijkend onderzoek gelegd. Vertrekkend vanuit sociaal kapitaal theorie (op maatschappij-niveau) en procestheorie (op individueel niveau), stellen we dat het effect van maatschappelijk sociaal kapitaal afhankelijk is van situationele kenmerken en hindernissen waar ondernemers in de verschillende fasen van het creëren van een nieuwe onderneming mee worden geconfronteerd. In het bijzonder zou het positieve effect van maatschappelijk sociaal kapitaal het grootst moeten zijn wanneer individuen die ondernemer willen worden, proberen om de middelen die nodig zijn om formeel een onderneming te starten te mobiliseren. Om deze hypothese empirisch te testen, relateren we cross-sectionele informatie over huidige niveaus van ondernemersbetrokkenheid van meer dan 22.000 personen aan indicatoren van maatschappelijk sociaal kapitaal in 110 sub-nationale regio's in een sequential logit-setting.

De resultaten laten zien dat het positieve effect van maatschappelijk sociaal kapitaal verandert tijdens het creatieproces van nieuwe ondernemingen. Maatschappelijk sociaal kapitaal speelt de grootste rol voor individuen die al interesse hebben in het worden van ondernemer en stelt hen in staat om formeel een onderneming te starten. Het is echter niet gerelateerd aan de kans dat individuen geïnteresseerd raken in ondernemerschap of de kans dat jonge ondernemingen,

eenmaal gestart, ook overleven. Maatschappelijk sociaal kapitaal heeft een positieve invloed op het creatieproces van nieuwe ondernemingen, maar in verschillende stadia en in verschillende mate. Daarnaast laten we zien dat het positieve effect van maatschappelijk sociaal kapitaal wordt gedreven door naar buiten gerichte cross-cutting bridging ties die meerdere organisaties en netwerken bestrijken, in plaats van door naar binnen gerichte bonding ties binnen silo-like organisaties. Onze bevindingen laten zien dat maatschappelijk sociaal kapitaal dat afkomstig is van het niet-economische domein positieve neveneffecten genereert, die het economische domein, waar ondernemerschap onder valt, beïnvloeden. Alles overziend benadrukken onze bevindingen dat de onderliggende dynamiek, zowel als de sociale inbedding van het creatieproces van nieuwe ondernemingen in acht moeten worden genomen.

In de tweede studie (Hoofdstuk 3: “Cultural Roots of Entrepreneurship: Evidence from Second-Generation Immigrants”) richten we ons op de identificatie van culturele effecten op ondernemerschap. In de literatuur wordt beargumenteerd dat verschillen in nationale cultuur geassocieerd kunnen worden met variatie in ondernemerschap tussen landen. Echter is het empirische bewijs hiervoor gevarieerd, gedeeltelijk tegenstrijdig en correlationeel van aard. Dit wordt veroorzaakt doordat de belangrijkste macro-determinanten van ondernemerschap –economische, formeel institutionele en socio-culturele omstandigheden– onderling van elkaar afhankelijk zijn en over landen co-variëren. Dit maakt het uitdagend om culturele effecten te isoleren van andere contextuele omstandigheden, zoals economische en formeel institutionele kenmerken. Wij gaan deze uitdaging aan door de beroepskeuzes van tweede-generatie migranten wier ouders afkomstig zijn uit verschillende landen te bestuderen. Tweede-generatie migranten zijn geboren en getogen in het land waarin

ze leven, terwijl hun ouders in een ander land geboren zijn. Als cultuur verplaatsbaar, duurzaam en intergenerationeel overdraagbaar is, dan zouden tweede-generatie migranten verschillende normen en waarden moeten hebben; de normen en waarden worden immers bepaald door de cultuur van hun voorouders. We maken hiervan gebruik om de impact van cultuur op ondernemerschap te isoleren van andere contextuele invloeden. In het bijzonder veronderstellen wij dat personen wier ouders afkomstig zijn uit landen die worden gekenmerkt door een sterke ondernemerscultuur, eerder ondernemers zijn dan personen wier ouders afkomstig zijn uit landen met een zwakke ondernemerscultuur. Empirisch gezien relateren we verschillen in de nationale ondernemerscultuur in het land van afkomst –gemeten via voorkeur voor ondernemerschap in het land van afkomst– aan de kans dat tweede-generatie immigranten ondernemer zijn, i.e. als zelfstandige werken. We testen onze veronderstelling door een multi-level model te schatten op twee verschillende samples: één bestaande uit meer dan 55.000 tweede-generatie immigranten uit 40 verschillende landen van afkomst die in de VS zijn geboren, en één bestaande uit 2.000 tweede-generatie immigranten uit 25 verschillende landen van afkomst die in Europa zijn geboren.

De resultaten tonen dat de ondernemerscultuur in het land van afkomst positief gerelateerd is aan de kans dat tweede-generatie immigranten als zelfstandige werken. De positieve relatie is kwantitatief vergelijkbaar in de VS en Europa. Om meer duidelijkheid te verkrijgen over de duurzaamheid, verplaatsbaarheid en intergenerationele overdracht van cultuur, gebruiken we een alternatieve indicator van ondernemerscultuur. Deze alternatieve maatstaf meet de variatie in geopenbaarde voorkeuren voor ondernemerschap in tweede-generatie immigranten van

verschillende groepen met dezelfde afkomst. We laten zien dat de kans dat tweede-generatie immigranten ondernemers zijn in de VS, groter is wanneer hun 'neven' (Europese tweede-generatie immigranten met dezelfde afkomst) sterke voorkeuren voor ondernemerschap vertonen (en vice versa). Al met al suggereren deze bevindingen dat de nationale ondernemerscultuur verplaatsbaar en duurzaam is, dat deze intergenerationeel wordt overgedragen, en dat zij ondernemerschap met waarschijnlijkheid causaal beïnvloedt. Tweede-generatie immigranten die oorspronkelijk afkomstig zijn uit landen met een sterke ondernemerscultuur, zijn vaker ondernemer dan anders identieke individuen wier families afkomstig zijn uit landen met een zwakke ondernemerscultuur. Zodoende onderstrepen onze bevindingen de diepgaande impact van cultuur op ondernemerschap.

In de derde studie (Hoofdstuk 4: “How does culture influence entrepreneurship: Evidence from the aggregate traits perspective”) gaan we verder in op de theoretische perspectieven die verschillende kanalen suggereren waardoor cultuur ondernemerschap beïnvloedt. We borduren verder op het in Hoofdstuk 3 gevonden effect van ondernemerscultuur door in Hoofdstuk 4 in te gaan op perspectieven die verklaren hoe cultuur ondernemerschap raakt. Dit is relevant omdat onderzoek naar cultuur en ondernemerschap doorgaans gebruik maakt van drie theoretische perspectieven: het aggregate traits perspectief; het legitimacy perspectief en het social support perspectief. Deze theoretische kaders veronderstellen conceptueel verschillende kanalen en benadrukken andere culturele dimensies. Ook leveren ze gedeeltelijk tegenstrijdige voorspellingen op over het effect van cultuur op ondernemerschap. Zo voorspelt het aggregate traits perspectief bijvoorbeeld dat vooral individualistische culturen ondernemerschap bevorderen doordat individuele

waarden, normen en ondernemerschap op elkaar afgesteld worden. Het social support perspectief daarentegen voorspelt dat ondernemerschap vooral floreert in gemeenschappelijke culturen, doordat het daar gemakkelijker is om middelen te mobiliseren. In cross-nationale analyses kan er echter geen onderscheid gemaakt worden tussen deze perspectieven. Dit vormt een uitdaging voor wetenschappelijk onderzoek omdat het de analyse van de mechanismen waardoor cultuur ondernemerschap beïnvloedt belemmert. In dit hoofdstuk isoleren we daarom de rol van cultuur die opereert vanuit het aggregate traits perspectief.

Zoals in Hoofdstuk 3, isoleren we de rol van cultuur door te focussen op tweede-generatie immigranten. Dit stelt ons in staat om het aggregate traits perspectief te onderscheiden van de twee andere perspectieven. We richten ons op drie in de ondernemerschap literatuur gevestigde eigenschappen (i.e. aggregate traits), zijnde risicobereidheid, behoefte aan prestatie en behoefte aan autonomie. Deze eigenschappen conceptualiseren we als interculturele dimensies. Door middel van een multi-level model relateren we de aggregate traits aan de kans dat tweede-generatie immigranten als zelfstandige werken. Ons sample bestaat uit meer dan 53.000 tweede-generatie immigranten uit 36 verschillende landen van afkomst in de VS. We vinden dat risicobereidheid en behoefte aan prestatie een positieve en statistisch significante invloed hebben op ondernemerschap. Culturele behoefte aan autonomie komt naar voren als de kwantitatief meest belangrijke en robuuste voorspeller van ondernemerschap. Culturele behoefte aan autonomie is ook de drijvende factor achter het effect van cultuur dat we vinden in Hoofdstuk 3. Tweede-generatie migranten zijn meer geneigd ondernemer te worden als de cultuur in het land van hun ouders de behoefte aan autonomie benadrukt. Onze analyses onderstrepen dat cultuur

ondernemerschap beïnvloedt via het effect op individuele waarden en eigenschappen, zoals het aggregate traits perspectief voorstelt.

De hoofdstukken in dit proefschrift belichten dus drie centrale kwesties in onderzoek naar vergelijkend ondernemerschap. Ten eerste zouden we de onderliggende dynamiek van het creatieproces van nieuwe ondernemingen mee moeten nemen bij de ontwikkeling van theorieën in het vergelijkend ondernemerschap. Dit kan ons inzicht in hoe en wanneer sociaal-culturele omstandigheden ertoe doen bevorderen. De invloed die deze omstandigheden op ondernemerschap heeft, verandert namelijk tijdens het creatieproces. Ten tweede kan de verplaatsbaarheid, duurzaamheid en de intergenerationele overdracht van cultuur worden gebruikt als mechanisme om culturele effecten in het ondernemerschap te isoleren. Cultuur beïnvloedt ondernemerschap op een naar waarschijnlijkheid causale manier. Ten derde voorspellen de verschillende perspectieven op hoe cultuur ondernemerschap beïnvloedt, verschillende onderliggende mechanismen. Cultuur beïnvloedt ondernemerschap door de waarden en eigenschappen van individuen vorm te geven, wat in overeenkomst is met het aggregate traits perspectief. Met dit proefschrift tonen wij dus het belang van sociaal-culturele omstandigheden voor ondernemerschap aan.